



**FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FATECS**  
**CURSO: ADMINISTRAÇÃO**  
**LINHA DE PESQUISA: PERFIL EMPREENDEDOR**  
**ÁREA: EMPREENDEDORISMO**

LUCIANO MATTAR ELEUTERIO DA SILVA

RA: 21233666

**O PERFIL EMPREENDEDOR DOS EMPRESÁRIOS DO MERCADO DE LUXO  
BRASILEIRO QUE NÃO POSSUEM ENSINO SUPERIOR**

Brasília

2015

LUCIANO MATTAR ELEUTERIO DA SILVA

**O PERFIL EMPREENDEDOR DOS EMPRESÁRIOS DO MERCADO DE LUXO  
BRASILEIRO QUE NÃO POSSUEM ENSINO SUPERIOR**

Trabalho de Curso (TC) apresentado como um dos requisitos para a conclusão do curso de Administração de Empresa do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.

Orientadora: Prof. MSC. Erika Lisboa

Brasília

2015

LUCIANO MATTAR ELEUTERIO DA SILVA

**O PERFIL EMPREENDEDOR DOS EMPRESÁRIOS DO MERCADO DE LUXO  
BRASILEIRO QUE NÃO POSSUEM ENSINO SUPERIOR**

Trabalho de Curso (TC) apresentado como um dos requisitos para a conclusão do curso de Administração de Empresa do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.

Orientadora: Prof. MSC. Erika Lisboa

Brasília, 08 de outubro de 2015.

**Banca Examinadora**

---

Professora MSc. Erika Lisboa  
Orientadora

---

Prof.(a):  
Examinador (a)

---

Prof.(a):  
Examinador (a)

## **O PERFIL EMPREENDEDOR DOS EMPRESÁRIOS DO MERCADO DE LUXO BRASILEIRO QUE NÃO POSSUEM ENSINO SUPERIOR**

Luciano Mattar Eleuterio da Silva

### **RESUMO**

Esta pesquisa tem como objetivo traçar o perfil empreendedor dos empresários do mercado de luxo que não possuem ensino superior completo. Partindo dos conceitos de empreendedorismo e comércio de luxo e da grande quantidade de empreendedores que não possuem escolaridade maior ou igual a graduação completa, analisou-se a variedade de perfis empreendedores presentes na categoria, assim como a relação entre dois ou mais perfis empreendedores e o perfil predominante na entre esses profissionais. Para alcançar os resultados desejados foi aplicado um questionário com afirmações referentes a cada perfil empreendedor existente. A partir dos dados obtidos foi possível analisar aqueles perfis empreendedores mais presentes nos sujeitos pesquisados. Concluiu-se que, apesar da predominância registrada pelo perfil normal, também chamado de planejado, não houve uma larga supremacia deste perfil, considerando assim uma grande variedade de perfis em meio a categoria.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo; Perfil Empreendedor; Mercado de Luxo; Empresários sem graduação.

## 1. INTRODUÇÃO

A definição de empreendedorismo tem sido bastante divulgada nos últimos anos, se tornando ainda mais intensa na década de 1990. Vários são os fatores que possam vir a explicar esse grande interesse pelo assunto, já que, principalmente nos Estados Unidos, conhecido pelo seu poder capitalista, o termo *entrepreneurship* já vem sendo utilizado de forma natural, não sendo, portanto, uma novidade ou algo desconhecido. No caso do Brasil, a preocupação com a criação de empresas de micro e pequeno porte que conseguem se manter no mercado por um longo período e a necessidade de diminuir as altas taxas de mortalidade destes empreendimentos são, sem dúvida, fatores consideráveis para a o termo empreendedorismo se tornar popular. Termo esse que vem recebendo uma atenção particular por parte do Estado e entidades de classe. Isso acontece, pois principalmente no século XXI, depois de diversas tentativas de se estabilizar a economia, muitas empresas brasileiras de grande porte buscavam alternativas para o crescimento da competitividade, reduzindo os custos e mantendo-se no mercado (DORNELAS, 2008).

Fazendo uma relação do empreendedorismo com o grau de escolaridade referente aos empresários autônomos, ainda no segundo milênio, se vê através das estatísticas no Brasil que o número dos empresários autônomos que não possuem qualquer tipo de formação acadêmica de ensino superior é bem significativo. Mesmo com o contínuo crescimento do mercado competitivo nas últimas duas décadas e da necessidade de uma melhor qualificação profissional para se destacar no mercado, o GEM (2014) mostra que 92,3% dos empresários não possuem ensino superior.

Segundo Dornelas (2008) “o empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização”. Verificando tais características do ser empreendedor pode-se facilmente concluir que empreender não está necessariamente ligado à criação de um próprio negócio, já que essas características são exigidas em diversos segmentos de uma mesma empresa. Entretanto, o contrário é sim verdadeiro, ser um empresário autônomo está intimamente ligado ao fato de empreender, e por isso essas características se fazem imprescindíveis aos que desejam abrir ou gerenciar um negócio próprio.

Dentro da área empreendedora há um mercado que chama atenção pelo seu *glamour* e pelo acesso, na grande maioria das vezes, restrito a uma classe social mais alta e minoritária: o mercado de luxo. Assim como nas outras partes do mundo, no Brasil, ainda que seja um país que vive dificuldades no âmbito social, esse é um mercado que movimenta grandes números, quando se trata das questões financeiras.

Diante do contexto apresentado, o artigo que segue visa responder a seguinte questão: Qual o perfil empreendedor dos empresários do mercado de luxo brasileiro que não possuem ensino superior?

Exposto o problema a ser solucionado, o objetivo geral deste estudo é traçar o perfil empreendedor dos empresários do mercado de luxo brasileiro que não possuem ensino superior. Já tratando dos objetivos específicos, eles se baseiam em expor o grau de identificação dos empreendedores do mercado de luxo que não possuem ensino superior com cada perfil empreendedor existente; identificar possíveis correlações existentes entre dois ou mais perfis; e ainda cruzar os dados encontrados entre os empresários para identificar o perfil empreendedor mais presente na categoria.

O trabalho justifica-se, pois ainda que a realidade de empresários brasileiros sem uma alta formação acadêmica não seja tão recente, não há outros trabalhos de pesquisa que venham a citar o assunto. Este estudo busca ainda delimitar essa realidade considerando o mercado de luxo, onde as situações econômicas e acadêmicas dos consumidores tantas vezes costumam ser privilegiadas.

Sob o aspecto social e econômico, a pesquisa justifica-se a partir do momento que se é possível mapear características empreendedoras relevantes dentro do mercado de luxo, podendo assim ajudar a entender melhor a área específica e seus líderes através do seu perfil empreendedor, juntamente com o fato da ausência do diploma de ensino superior por parte dos mesmos, sendo essa realidade acadêmica bastante presente no cenário empreendedor do Brasil.

Sob o ponto de vista prático, a relevância deste artigo se dá com o melhor entendimento do perfil empreendedor dos empresários do mercado de luxo, podendo analisar de modo científico a importância de uma ou outra característica empreendedora na realidade pesquisada, otimizando deste modo o uso de determinadas características para o melhor desenvolvimento do mercado de luxo.

Tendo definido o objetivo geral e específico, assim como a justificativa deste artigo, em primeiro lugar foi descrito o referencial teórico, contendo nele a fundamentação a respeito do empreendedorismo, a realidade empreendedora no Brasil, o perfil empreendedor e o mercado de luxo. Logo em seguida foi apresentada a metodologia utilizada para o artigo, usando como instrumento de pesquisa um questionário, obtendo assim os resultados a respeito dos perfis empreendedores predominantes na categoria, assim como as correlações existentes entre os perfis. Por fim, o trabalho foi concluído com a análise de dados e as considerações finais.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Empreendedorismo

A primeira vez que se identificou a citação da palavra empreendedorismo na história foi no ano de 1725, através do economista Richard Cantillon, que se utilizou da palavra para caracterizar o indivíduo que assume riscos. Outro economista, Jean-Baptiste Say, no ano de 1814 se utilizou do mesmo termo para designar aqueles que transferiam o dinheiro de um setor com baixos resultados para um setor com resultados mais expressivos, enfatizando a necessidade de empreendedores para o melhor funcionamento de um sistema econômico (CHIAVENATO, 2012).

No século XXI, segundo Hisrich, Peters e Shepherd (2014), a função determinante do empreendedor está baseada na fundação e desenvolvimento dos negócios, mas que também impacta na prosperidade dos países ou regiões específicas, enfatizando que uma ação empreendedora tem seu início registrado a partir do momento em que uma oportunidade de lucro vai de encontro com o indivíduo empreendedor.

O mundo é atingido por diversas mudanças em períodos de tempo curto, e essas transformações se intensificaram no século XX, já que neste período surgiram invenções que chegaram para revolucionar o modo de vida das pessoas. Porém, quando se analisa a fundo tais criações é possível notar que existem indivíduos e equipes de trabalho por trás, com características diferenciadas, pessoas que se utilizaram de ousadia nas suas ações, e são chamadas de empreendedores. É exatamente pelo fato dos empreendedores estarem envolvidos nesse processo revolucionário de mudança que merecem ser estudados, assim como os processos utilizados (DORNELAS, 2008).

Segundo Bessant e Tidd (2007), é possível estudar o empreendedorismo a partir de três perspectivas diferentes, sendo elas a perspectiva pessoal ou individual, que tem seu foco no papel da criatividade do indivíduo empreendedor, a perspectiva coletiva ou social, que estuda a contribuição das equipes de trabalho e dos grupos envolvidos, e ainda a perspectiva contextual, que enfatiza os processos, as ferramentas, o ambiente de trabalho e todo o sistema envolvido no projeto. Um fator que vem a gerar sucesso dentro do processo inovador de um empreendimento é justamente a integração entre estas três perspectivas.



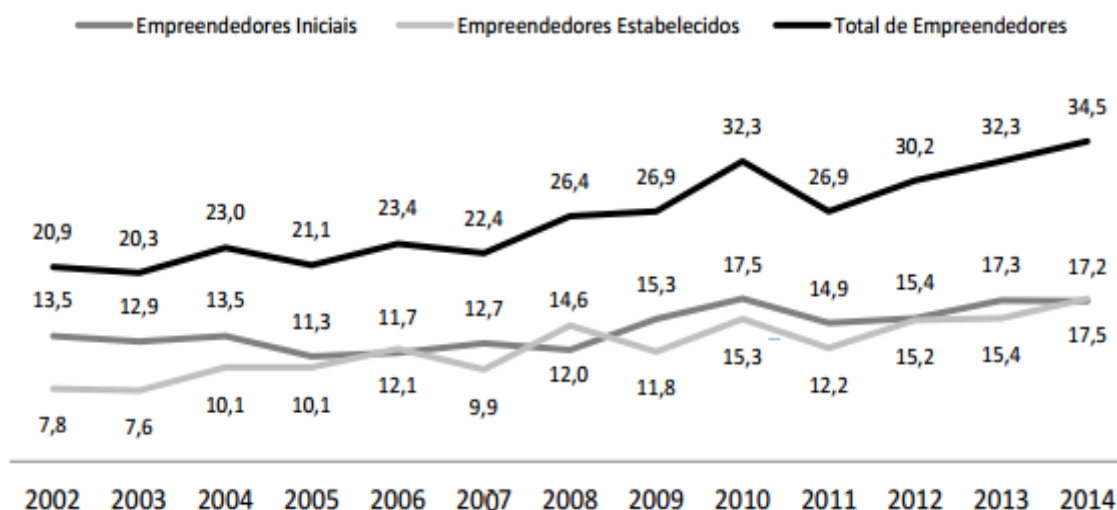
Além destas três perspectivas estudadas no empreendedorismo, existem três abordagens referentes mais comuns abordadas nesta área. A primeira delas é a abordagem comportamental, que se concentra em buscar a definição de perfis da personalidade de cada empreendedor, assim como entender sua forma de se comportar. A segunda abordagem já é menos restrita e por isso é chamada gerencial, com o foco de pesquisar a respeito das habilidades e competências referentes ao âmbito empreendedor em conjunto com o ambiente organizacional. Por fim, a terceira abordagem, chamada de abordagem econômica, tem a sua ação voltada ao âmbito da inovação, assim envolvendo fatores como o risco calculado e o desenvolvimento do empreendimento (COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011).

Apesar de existirem diferentes perspectivas, abordagens e conceitos entre os estudiosos do empreendedorismo, percebe-se que as características estão intimamente ligadas e que são complementares entre si, assim como as diferentes abordagens de estudo citadas.

## **2.2 O Empreendedorismo no Brasil**

Ainda que o termo empreendedorismo não seja de uso recente e que seu conceito venha sendo construído ao longo de muitas décadas, para Dornelas (2008) o movimento empreendedor no Brasil só veio a começar a se formar a partir da década de 1990, através da criação de instituições que investiram no assunto, como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e a SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de *Software*), mostrando que antes deste período praticamente não se ouvia falar sobre o termo empreendedorismo ou até mesmo sobre a fundação de pequenas empresas.

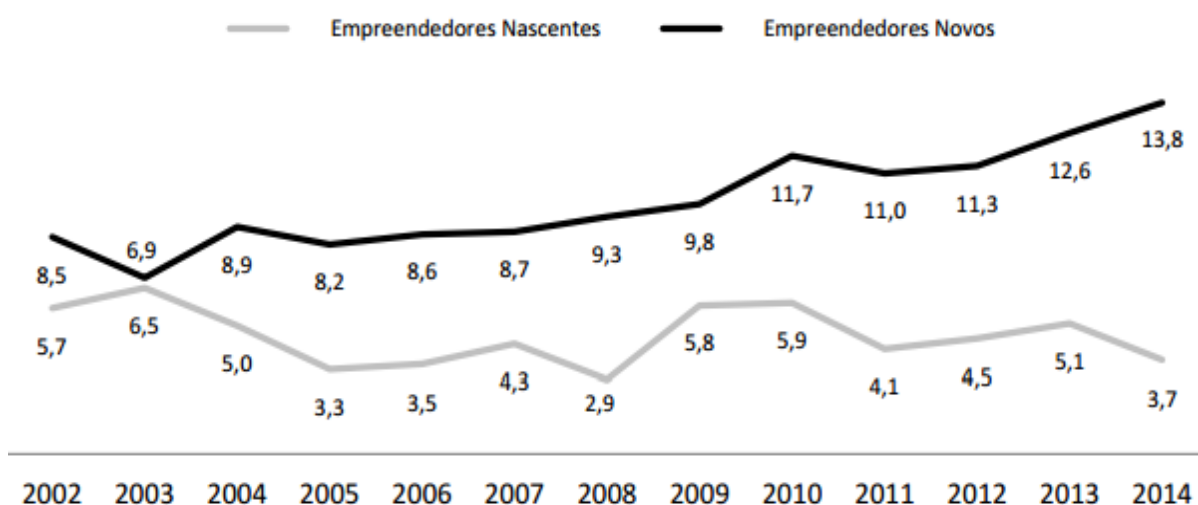
Segundo o GEM (2014), a taxa de empreendedores no cenário brasileiro, TTE (Empreendedores Iniciais e Estabelecidos), incluindo a população de 18 a 64 anos, encontra-se em 34,5%, tendo um crescimento de 2,2% em relação ao ano de 2013. Esta taxa vem em um caminho crescente desde 2011. Em relação a TEA (Taxa de Empreendedores Iniciais), o percentual permanece estável em 2014, com 17,2% comparado aos 17,3% do ano anterior. Já a taxa de empreendedores estabelecidos (TEE) em 2014 é de 17,5%, tendo um crescimento de 2,1% em relação a 2013 e sendo a grande responsável pelo crescimento na taxa total de empreendedores no ano referente, como mostra o gráfico 1.



**Gráfico 1:** Evolução da atividade empreendedora segundo estágio do empreendimento TEA, TEE, TTE – Brasil – 2002:2014

**Fonte:** GEM, 2014

O relatório GEM (2014) identifica ainda uma queda considerável no número de empreendedores nascentes de 2013 para 2014, aqueles empreendedores que estão no estágio de abrir seu próprio negócio. Em relação à quantidade de empreendedores novos, aqueles envolvidos em um próprio negócio com existência de até 42 semanas, sugere uma crescente ininterrupta desde o ano de 2011, conforme o gráfico 2 indica.



**Gráfico 2:** Evolução da atividade empreendedora segundo estágio do empreendimento: taxas de Nascentes e Novos – Brasil – 2002:2014

**Fonte:** GEM, 2014

### 2.3 – Perfil Empreendedor

Segundo Chiavenato (2012), várias são as características que os empreendedores possuem. Sendo algumas delas: clara abordagem geral para execução; uma visão diferenciada do mercado; paixão e determinação; persistência; habilidade para correr riscos calculados; pro atividade; capacidade de tomar decisões corretas; inspiração; motivação e sensibilidade. Para Chiavenato (2012), caracterizar o espírito do empreendedor não é atividade simples, porém, três características básicas tornam possível essa identificação, a necessidade de realização; a disposição para assumir riscos; e ainda a autoconfiança.

Cada indivíduo possui um perfil específico em relação a sua necessidade de realização. Alguns possuem uma baixa exigência quando se trata dessa necessidade de se auto realizar, se conformando, em grande parte das vezes, com a sua situação atual. Os empreendedores, porém, se caracterizam por possuírem um alto nível de necessidade de realização em relação ao resto das pessoas, mostrando serem ambiciosos e exigentes, havendo casos em que tal característica já é notada durante a infância (CHIAVENATO, 2012).

Outra característica notável para a identificação de um espírito empreendedor é a disposição para assumir riscos. O empreendedor normalmente está disposto a correr riscos que envolvam sua empresa em diferentes aspectos, sejam esses riscos financeiros, familiares ou psicológicos. Porém, nota-se que alguns indivíduos que possuem uma alta necessidade de realização estão propensos a assumir riscos com moderação, de forma calculada, até um certo ponto, onde exercem algum controle sobre a situação, do contrário seria apenas depender da sorte ou do acaso. Essa decisão por um tipo de risco mais moderado vai gerar autoconfiança no empreendedor, que é a terceira característica básica do espírito empreendedor (CHIAVENATO, 2012).

Para Chiavenato (2012), o ser humano que contém autoconfiança possui a sensação que é possível enfrentar com classe os desafios referentes à sua atividade e que tem controle sobre as dificuldades que surgem. Assim, as três características do empreendedor se complementam, como é possível notar na figura 1.



**Figura 1:** As três características básicas do empreendedor

**Fonte:** Chiavenato, 2012.

Para Dornelas (2005), não existe somente um tipo de empreendedor, ainda que muitas pesquisas tenham buscado alcançar um modelo universal. Por isso, o autor aponta oito tipos ou perfis empreendedores: o empreendedor nato; o empreendedor que aprende; o empreendedor serial; o empreendedor corporativo; o empreendedor social; o empreendedor por necessidade; o empreendedor herdeiro; e o empreendedor “normal”.

O empreendedor nato, também chamado de mitológico, normalmente são aqueles mais reconhecidos pelo público em geral. Possuem histórias diferenciadas e em grande parte vieram de uma situação financeira difícil e de uma perspectiva de vida não muito otimista, mas chegaram a um admirável patamar profissional. Além disso, tem a característica de serem visionários, estarem a frente do seu tempo e são extremamente comprometidos para alcançarem suas metas. Seus grandes exemplos de vida costumam ser pessoas de suas famílias e seus valores costumam ser religiosos ou passados de geração em geração no seio familiar (DORNELAS, 2005).

O empreendedor que aprende, ou empreendedor inesperado, é aquele que geralmente não tinha expectativas a respeito da entrada do empreendedorismo em sua vida, mas se depara com uma boa oportunidade de negócio e toma a decisão de mudar a direção profissional de sua vida. Por nunca ter esperado tornar-

se empreendedor, normalmente esse perfil precisa aprender a lidar com as novidades e atividades de um negócio próprio (DORNELAS, 2005).

O empreendedor serial tem paixão pelo ato de empreender, logo não está somente envolvido com os seus próprios negócios, mas com tudo ao seu redor que envolva empreendedorismo, além de estar sempre buscando fazer *networking*. Ele não se satisfaz com o seu negócio até que ele atinja grandes patamares corporativos. Possui normalmente habilidade para montar e motivar equipes, também estabelecendo sempre novos desafios para a manutenção da motivação. É comum que se envolva em vários empreendimentos ao mesmo tempo e não é difícil que tenha histórias de fracasso (DORNELAS, 2005).

Quando se fala do empreendedor corporativo, normalmente se trata de competentes executivos, com uma grande habilidade gerencial e um bom conhecimento a respeito dos instrumentos de trabalho. Tem a coragem de assumir os riscos necessários e o dever de lidar sempre com certa falta de autonomia, já que normalmente possuem superiores. São ambiciosos, estão antenados aos resultados e possuem a habilidade de conquistar as pessoas, de modo que o ajudem nos seus objetivos (DORNELAS, 2005).

O empreendedor social está altamente comprometido com a construção de um mundo melhor. Estão sempre envolvidos em causas humanitárias e buscando ceder oportunidades para as pessoas que não tem um acesso privilegiado. Se interessam pelos resultados, mas raramente esses resultados estão voltados para si, e sim para aqueles no qual ele trabalha. Em países como o Brasil estes empreendedores são fundamentais para preencherem os espaços vazios deixados pelo poder público (DORNELAS, 2005).

Outro perfil empreendedor comum é o empreendedor por necessidade. Este tipo de profissional se tornou empreendedor por falta de opção, seja por ter sido demitido de seu emprego anterior ou pela falta de opção no mercado. Este tipo de empreendedor se torna um grande problema social para os países que se encontram em desenvolvimento, já que acabam por se envolver na grande maioria das vezes em negócios informais, não contribuindo para a economia do país (DORNELAS, 2005).

O perfil do empreendedor herdeiro é aquele que se encontra nos indivíduos que recebem o desafio de dar continuidade ao legado deixado por sua família. Normalmente esse tipo de empreendedor aprende sobre empreender no

próprio seio familiar e assim acabam por começar a trabalhar no negócio da família muitas vezes bem novo, conseguindo até mesmo assumir cargos e funções importantes ao chegar à maioridade, (DORNELAS, 2005).

O oitavo e último tipo de empreendedor descrito por Dornelas (2005), é o empreendedor “normal”, ou empreendedor planejado. Este é o empreendedor que costuma empreender seguindo o manual, ou seja, se utilizando de um planejamento bem feito, que busca minimizar os riscos, que possui visão de futuro e que trabalha buscando atingir as metas.

### **2.3 Empreendedorismo e Escolaridade**

Entre os empreendedores brasileiros, o GEM (2014) mostra que 92,3% dos empresários não possuem ensino superior, sendo que apenas 38,3% possuem o segundo grau completo. No número daqueles que possuem uma formação acadêmica equivalente ou superior ao ensino superior completo constam apenas 7,7% dos empresários do país.

Além de mostrar as porcentagens de empresários iniciais e estabelecidos quanto ao sexo e a faixa etária, a figura 2 fornece de forma detalhada a porcentagem referente a escolaridade dos empresários brasileiros em níveis de escolaridade diferentes, sendo o nível 1 para delimitar os empresários que não possuem nenhuma educação formal; nível 2 para aqueles que possuem escolaridade equivalente ao primeiro grau completo ou segundo grau incompleto; nível 3 para os que se possuem segundo grau completo ou o ensino superior incompleto; e ainda o nível 4 para os que possuem escolaridade maior ou igual ao ensino superior completo, sendo essa faixa de escolaridade uma minoria esmagadora de acordo com as estatísticas apresentadas.

Características Sociodemográficas	Brasil		
	Empreendedores		
	Iniciais	Estabelecidos	Total
Gênero			
Masculino	48,8	54,9	51,7
Feminino	51,2	45,1	48,3
Faixa etária			
18-24 anos	18,4	4,5	11,5
25-34 anos	34,3	19,9	27,1
35-44 anos	23,6	30,2	26,8
45-54 anos	16,2	28,2	22,3
55-64 anos	7,5	17,2	12,4
Nível de escolaridade <sup>2</sup>			
Nível 1	1,2	2,6	1,9
Nível 2	48,5	55,4	52,0
Nível 3	42,2	34,5	38,3
Nível 4	8,1	7,5	7,7

**Figura 2:** Características sociodemográficas do empreendedor brasileiro.

**Fonte:** GEM, 2014.

Ainda é relevante notar na figura 2, que a relação entre o nível de escolaridade e o estágio que se encontram os empreendedores, mostra que nos três níveis de escolaridade mais baixos, a porcentagem de empreendedores estabelecidos é maior que a de empreendedores iniciais, sendo que os empreendedores estabelecidos só são maior número já no nível 4, que abrange os empreendedores que possuem grau de escolaridade maior ou igual ao ensino superior.

## 2.4 Mercado de Luxo

O fator determinante para o aparecimento do universo de luxo é a existência de uma classe social distinta das demais. Nos grandes impérios, lembrando-se dos reis que faziam parte do mais alto nível da pirâmide social pode-se facilmente enxergar essa questão. Para que pudessem se diferenciar das demais, esses indivíduos se utilizavam de artefatos que chamavam a atenção devido à imponentia, como brasões, coroas, anéis e outros ornamentos. Por isso, pode-se concluir que desde a idade antiga o luxo era uma forma de se medir a riqueza de uma classe específica, ou mesmo de um país (DINIZ, 2012).

É possível conceituar o luxo de duas formas diferentes, sendo elas o luxo tradicional e o luxo contemporâneo. O luxo tradicional é aquele baseado em

produtos ou serviços que possuem características como a raridade e a exclusividade, ou seja, algo que seja difícil de obter. Esse tipo de luxo possui então uma característica exclusivamente materialista, se refere a tudo aquilo que se pode obter com dinheiro, elevando os seus compradores a um nível de destaque. O luxo contemporâneo, porém, possui características mais subjetivas, ou seja, está ligado ao símbolo ou significado pessoal dos objetos. Ao contrário do luxo tradicional, que se refere de forma exclusiva à posse de produtos ou serviços, o luxo contemporâneo está baseado na ideia da simbologia pessoal (DINIZ, 2000)

Quando se fala de forma mais específica de luxo em questões de mercado e economia, se refere normalmente a um produto de melhor qualidade, maior durabilidade e maior beleza (SCHWERINER, 2005). Para Allérès (2000), estar dentro do universo do luxo significa possuir vários objetos vinculados a marcas de renome mundial, muitas vezes até com história agregada.

A trajetória do luxo no Brasil tem seu início ainda no período colonial, onde o maior artigo de luxo era o pau-brasil, que era utilizado em diversas atividades de fim comercial, como tingimento de tecidos e na fabricação de tintas para a escrita. Já no século XVII, era possível analisar uma diversidade maior em relação aos produtos importados de luxo, como cervejas da Holanda, pianos da Áustria, licores da França, azeites de Portugal, queijo da Suíça, além de sapatos e porcelana inglesa. Um marco para o avanço do mercado de luxo no Brasil foi a legitimação do poder em 1808, juntamente com a chegada da família real no país. Esse início de mercado de luxo foi caracterizado pela moda vinda da Europa, e os principais produtos advindos do continente europeu eram as joias, móveis, porcelana e obras de arte (DINIZ, 2000).

Já no século XX, mais especificamente a partir da década de 1990 se deu o segundo marco para o avanço do mercado de luxo no Brasil devido a reabertura dos portos do país e mais tarde com o bom resultado do plano Real juntamente com a nova política cambial. O desenvolvimento e a evolução do mercado de luxo no Brasil demonstra que esse consumo de alto padrão sempre esteve de alguma forma atrelada ao momento político, econômico e cultural vivido no país (DINIZ, 2000).



### 3 . METODOLOGIA

Esta pesquisa possui caráter descritivo, pois tem a característica e o objetivo de descrever o empreendedorismo no cenário do mercado de luxo, além de traçar perfis específicos a respeito dos empresários do mercado de luxo que não possuem grau de escolaridade maior ou igual ao ensino superior completo. Portanto, uma das funções existentes neste estudo é o de descrever esses tipos de empreendedor para melhor conhecer um mercado específico. Segundo Gil (2008), o propósito da pesquisa descritiva é “a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis”, definição esta que se encaixa com o objetivo deste artigo.

Em relação ao método de abordagem do problema, sua classificação é quantitativa, já que o trabalho em questão tem como objetivo tabular os dados extraídos para se identificar os perfis empreendedores presentes nos empresários do mercado de luxo que não possuem ensino superior, e consequentemente, identificar o perfil empreendedor dos empresários em questão. A abordagem de pesquisa quantitativa tem por característica a tradução das opiniões e resultados obtidos para serem analisadas, por meio de técnicas estatísticas (RODRIGUES, 2007).

Para a constituição do referencial teórico a respeito do tema abordado, a técnica utilizada foi a pesquisa bibliográfica, também chamada de fontes secundárias. Esta técnica abrange todo material que já se tornou público sobre o tema referido, “desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material ortográfico etc., até meios de comunicação oral.” (MARCONI; LAKATOS, 2007). A função deste tipo de abordagem é fazer o contato direto entre o pesquisador e tudo que já foi relatado a respeito do tema (MARCONI; LAKATOS, 2007).

O instrumento de pesquisa utilizado no trabalho foi um questionário, sendo que esse tem o objetivo de identificar através das características empreendedoras, o perfil empreendedor de cada um dos entrevistados, assim como os pontos de congruência existentes entre eles. A distribuição dos questionários aconteceu entre os dias 14 e 21 do mês de setembro do ano de 2015, e se deu via e-mail. Sendo a população total desconhecida, os questionários foram aplicados com sete empreendedores do mercado de luxo do Distrito Federal que possuem

escolaridade inferior ao ensino superior completo. Três dos empresários atuam no setor de veículos, outros dois atuam na área de joias e acessórios, e os outros dois no setor de estética e construção, respectivamente. A faixa etária presente na amostra vai de 21 a 67 anos.

Por meio do questionário citado, os sete empresários responderam à quarenta afirmações com cinco opções de escolha para cada questão, conforme a seguinte escala Likert: 01 para a opção discordo totalmente, 02 para discordo, 03 para nem concordo nem discordo, 04 concordo e 05 para concordo totalmente.

O questionário foi composto por afirmações referentes aos perfis empreendedores mencionados no referencial teórico. Sendo um total de quarenta afirmações no questionário e oito diferentes tipos de empreendedor, foram reservadas cinco afirmações para cada um desses perfis citados. Foi realizado um pré-teste com dez entrevistados, o que possibilitou a validação do questionário.

Para a análise e discussão de dados foram somadas as pontuações dos entrevistados conforme suas respostas em cada uma das afirmações referentes ao tipo empreendedor, tornando assim possível a apuração quantitativa dos pontos e identificação de cada um deles com cada perfil, assim como um somatório geral, que possibilitou um *ranking* de perfis empreendedores na categoria de empresários do mercado de luxo que não possuem ensino superior completo.

Tendo sido apurados os dados obtidos através dos questionários, foi possível identificar o perfil empreendedor de cada um dos empresários entrevistados com base nos fatores anteriormente definidos pelo instrumento utilizado, através dos perfis empreendedores associados a cada uma das características empreendedoras presentes no questionário.

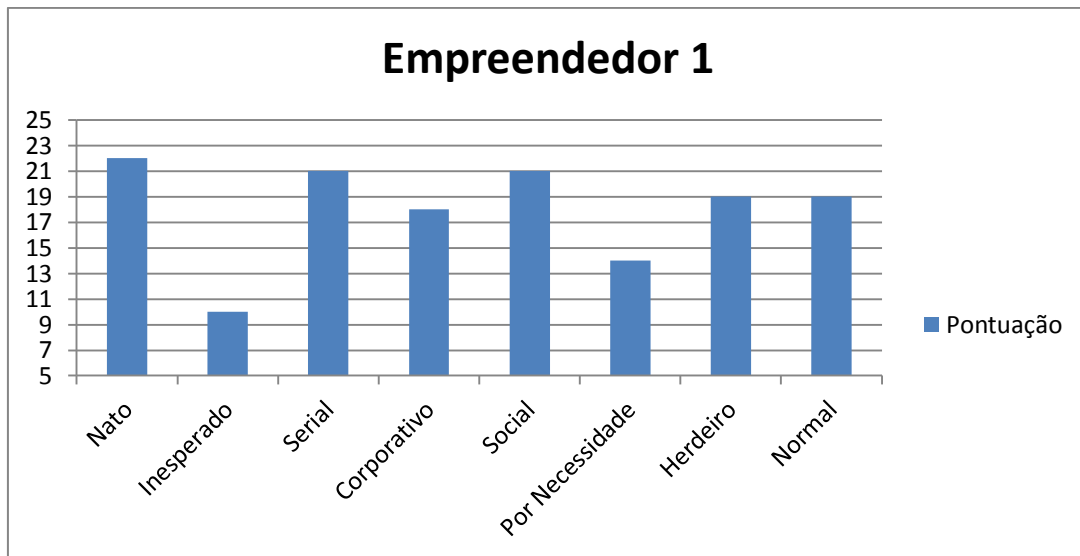
#### **4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS**

Tendo em vista os oito tipos de empreendedores abordados no referencial teórico, nato, inesperado, serial, corporativo, social, por necessidade, herdeiro e normal, os sete empreendedores responderam perguntas sobre empreendedorismo, sendo elas direcionadas a indicar características relevantes em relação aos tipos de empreendedores existentes, com o objetivo de determinar um ou mais perfis empreendedores predominantes em cada um dos candidatos, assim como identificar o perfil empreendedor sobressalente dentro da categoria.

Dentro do grupo de profissionais, de sete empresários do mercado de luxo que não possuem graduação, cinco deles vêm de famílias empreendedoras que possuem três ou mais empresas, enquanto os outros dois empresários não possuem famílias com negócios próprios. Ainda dentro deste grupo, quatro deles se encontram em uma faixa etária mais baixa, correspondendo a 21 até 25 anos, enquanto os outros três entrevistados se encontram entre 55 a 67 anos, sendo que no grupo mais jovem, os candidatos possuem de 4 a 13 anos de trabalho nas empresas e todos desempenham o cargo de diretor nas empresas, que são empresas familiares. Dentro da faixa etária mais alta, os candidatos possuem de 23 a 50 anos de trabalho nas empresas, desempenhando todos eles o cargo de presidente em suas respectivas empresas.

Os gráficos que seguem pretendem mostrar as informações profissionais de cada um dos empreendedores entrevistados, assim como a pontuação referente a cada um dos oito tipos empreendedores citados no referencial teórico, em um mínimo de 5 pontos e máximo de 25, conforme as respostas obtidas nos questionários aplicados. O último gráfico busca ainda identificar qual dos oito perfis se encontra mais presente entre os candidatos entrevistados, realizando a soma das pontuações de cada um dos candidatos em cada um dos perfis citados, dentro de uma pontuação mínima de 35 e máxima de 175.

O empreendedor 1 possui 67 anos e vem de uma família empreendedora, que possui três empresas. O empresário, porém, é presidente de uma empresa do setor de joias, sendo essa a única empresa em que trabalha. Sendo ele o fundador da empresa, trabalha nela desde o seu início, há cinquenta anos e seu nível de escolaridade refere-se a graduação incompleta.

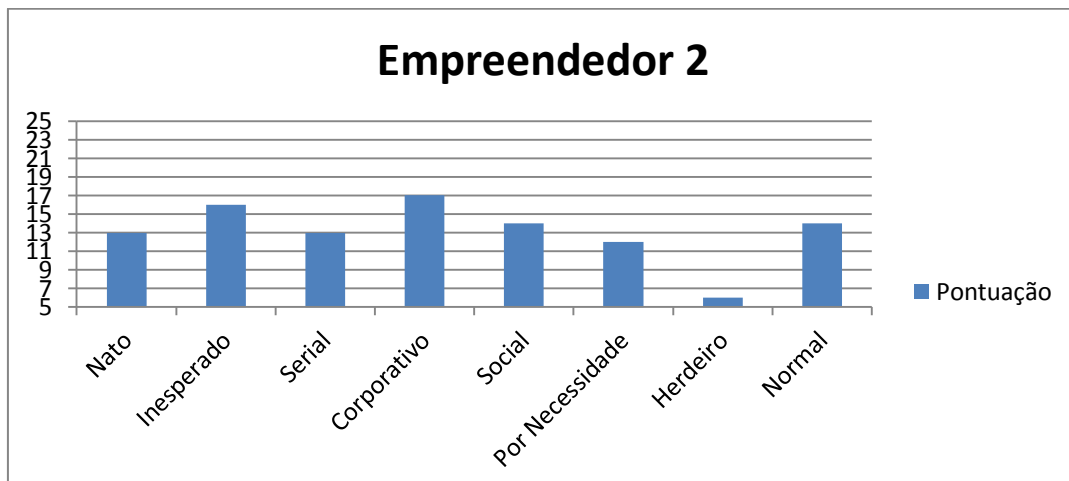


**Gráfico 3:** Perfil empreendedor (Empreendedor 1).

**Fonte:** Elaborado pelo autor.

Como mostrado no gráfico 3, este empreendedor se destaca por um perfil empreendedor nato, que segundo Dornelas (2005) é aquele empreendedor que normalmente vem de poucas condições financeiras, mas que através de uma história de superação alcança o sucesso profissional. Além de possuir a maior pontuação, referente a 22 pontos no perfil nato, o empreendedor 1 registrou 21 pontos nos perfis serial e social, 19 pontos nos perfis herdeiro e normal, 18 pontos no perfil corporativo, 14 pontos no perfil empreendedor por necessidade e 10 pontos no perfil inesperado.

O empreendedor 2, também pertencente ao grupo dos empresários de maior faixa etária entrevistados nesta pesquisa, possui 56 anos. Este empreendedor também é presidente de uma empresa do setor de joias, porém há 23 anos, e possui apenas o ensino médio completo como escolaridade.

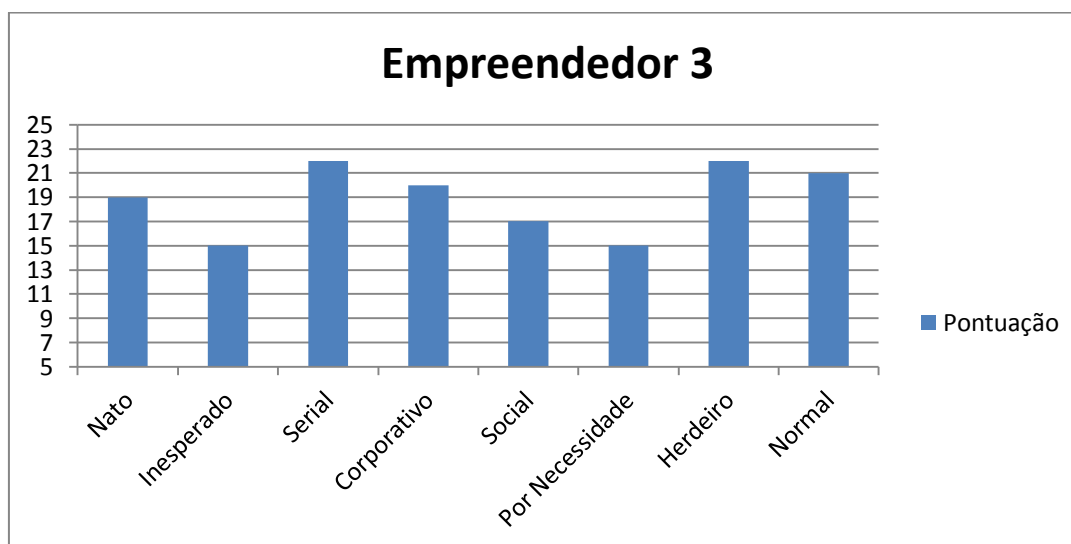


**Gráfico 4:** Perfil empreendedor (Empreendedor 2).

**Fonte:** Elaborado pelo autor

O perfil em destaque relacionado ao empreendedor 2, como é possível enxergar no gráfico 4, é o perfil corporativo, com 17 pontos. Este perfil segundo Dornelas (2005) se refere a executivos com uma grande habilidade gerencial e um conhecimento vasto sobre os instrumentos de trabalho à sua disposição. As pontuações referentes aos outros perfis ficaram classificadas da seguinte forma: 16 pontos no perfil inesperado, 14 pontos nos perfis normal e social, 13 pontos nos perfis serial e nato, 12 pontos no perfil empreendedor por necessidade e 6 pontos no perfil herdeiro.

O empreendedor 3 possui 21 anos e trabalha no cargo de diretor na empresa de sua família, no setor de veículos. O empresário possui 13 anos trabalhados na empresa e sua escolaridade é referente graduação incompleta.

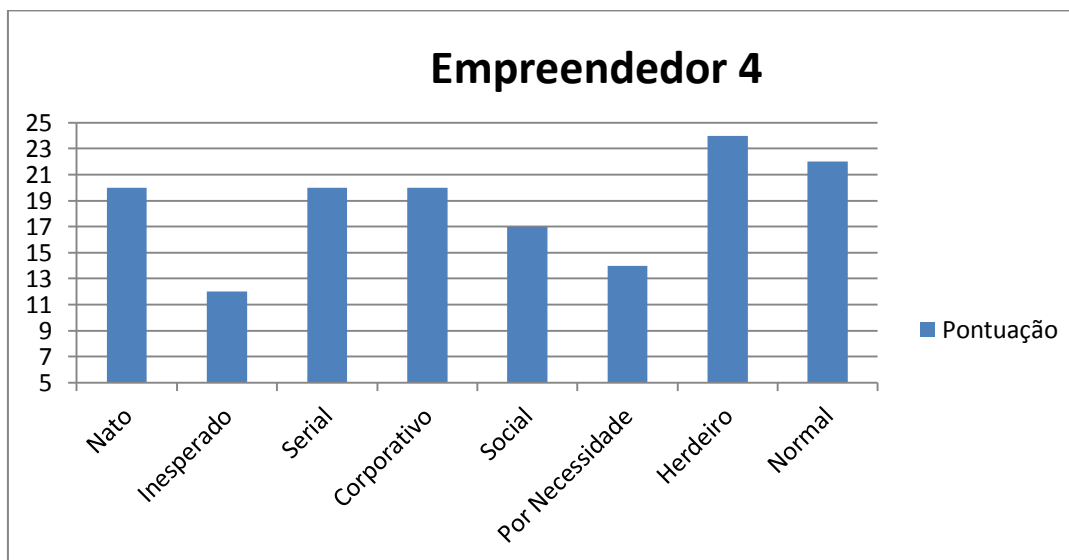


**Gráfico 5:** Perfil empreendedor (Empreendedor 3).

**Fonte:** Elaborado pelo autor.

O gráfico 5 mostra que o empreendedor 3 registra um empate dos perfis serial e herdeiro em primeiro lugar com 22 pontos. A respeito destes dois perfis Dornelas (2005) mostra que o empreendedor serial é aquele apaixonado pelo empreendedorismo, envolvido não somente com a sua área, mas com tudo que se refere ao ato de empreender, enquanto o perfil herdeiro, como o próprio nome já diz, é aquele que possui o desafio de dar continuidade ao legado empresarial deixado pela família. Ainda no que se refere a pontuação do empreendedor em relação aos demais perfis empreendedores, é possível visualizar que foram marcados 21 pontos no perfil normal, 20 pontos no perfil corporativo, 19 pontos no perfil nato, 17 pontos no perfil sócia, e 15 pontos nos perfis inesperado e por necessidade.

O gráfico 6 refere-se ao empreendedor 4, que assim como o empreendedor 3 possui 21 anos, sendo porém, diretor nas 4 empresas da família, que atuam no setor de construção. O empresário trabalha nas empresas da família há 6 anos e está cursando a graduação.

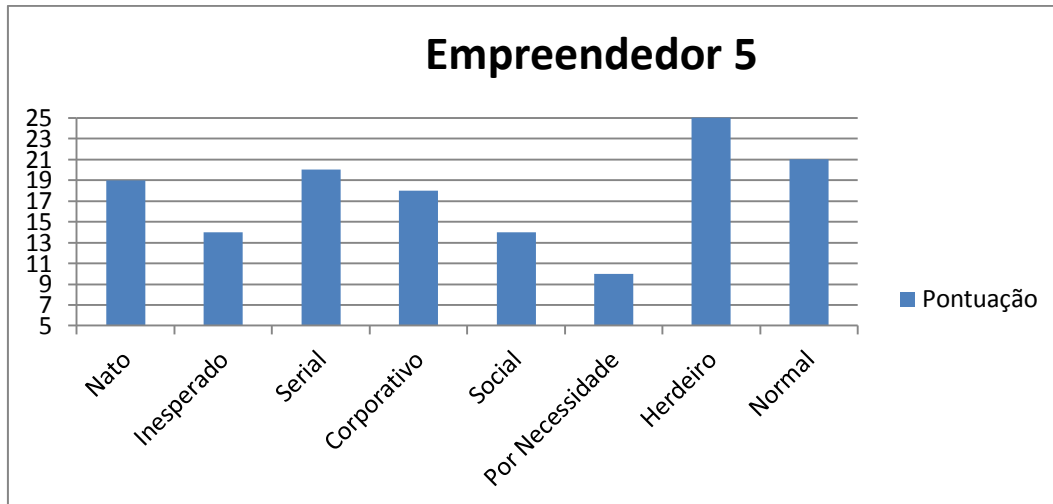


**Gráfico 6:** Perfil empreendedor (Empreendedor 4).

**Fonte:** Elaborado pelo autor.

Visualizando-se o gráfico 6 nota-se que o perfil herdeiro possui uma liderança absoluta em comparação com os outros perfis, registrando um total de 25 pontos. Nota-se ainda uma alta pontuação no perfil normal, referente a 22 pontos. Em seguida percebe-se um empate triplo entre os perfis nato, serial e social, registrando 20 pontos cada um. Com menor destaque está o perfil social, com 17 pontos, o perfil empreendedor por necessidade, com 14 pontos e o perfil inesperado com 12 pontos.

O empreendedor 5 também pertence ao grupo de menor faixa etária entre os entrevistados e possui 22 anos. Sua família possui 3 empresas no setor de veículos, das quais ele assume o cargo de diretor e que trabalha há 5 anos. Este empresário também está cursando o ensino superior.

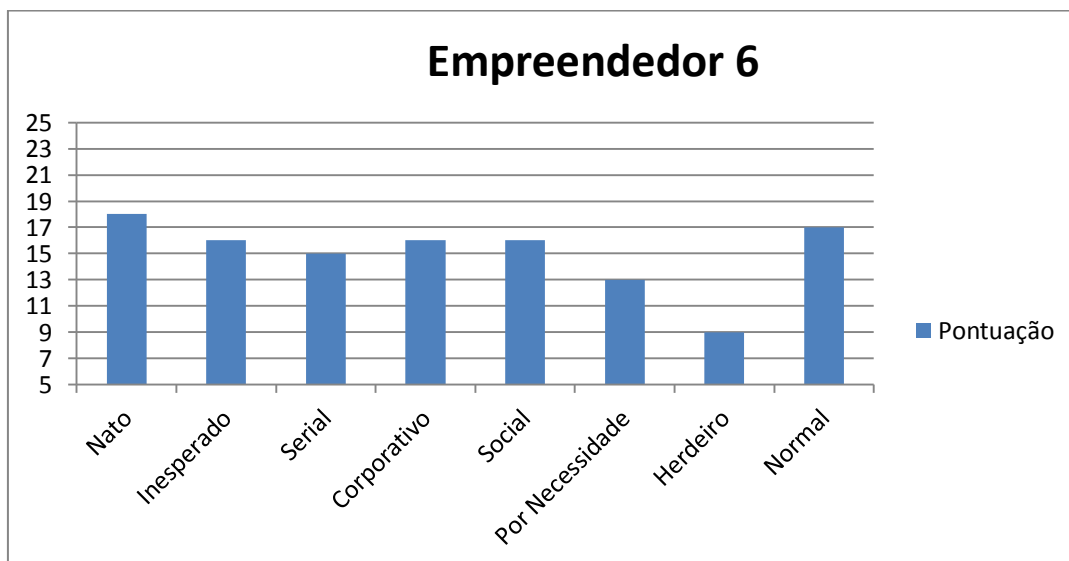


**Gráfico 7:** Perfil empreendedor (Empreendedor 5).

**Fonte:** Elaborado pelo autor.

O gráfico 7 mostra que o empreendedor 5 atingiu a pontuação máxima no perfil herdeiro, os destacando entre os outros perfis. A pontuação dos outros perfis ficou registrada desta forma: 21 pontos no perfil normal, 20 pontos no perfil serial, 19 pontos no perfil nato, 18 pontos no perfil corporativo, 14 pontos nos perfis social e inesperado e 10 pontos no perfil empreendedor por necessidade.

O empreendedor 6 possui 55 anos e é o presidente há 20 anos das 3 empresas do setor de veículos na qual o empreendedor 5 possui o cargo de diretor. A escolaridade do empresário é equivalente ao ensino médio completo.

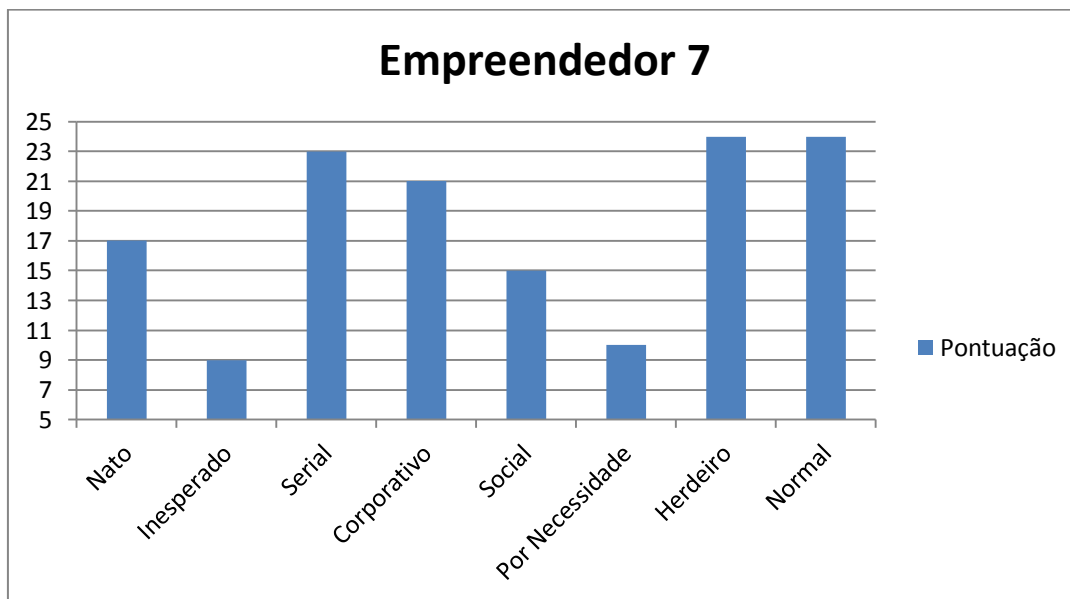


**Gráfico 8:** Perfil empreendedor (Empreendedor 6).

**Fonte:** Elaborado pelo autor.

Por meio do gráfico 8 percebe-se que a distância de pontuações do empreendedor 6 entre os perfis é pequena. O perfil nato é o destaque com 18 pontos. Em seguida vem o perfil normal com 17 pontos, os perfis inesperado, corporativo e social, com 16 pontos cada, o perfil serial, com 15 pontos, o perfil por necessidade com 13 pontos e o perfil herdeiro, com apenas 9 pontos registrados.

O empreendedor 7 tem 25 anos, e trabalha como diretor nas quatro empresas do setor de estética que a família possui. O empresário trabalha há 10 anos na empresa familiar e está cursando a graduação.



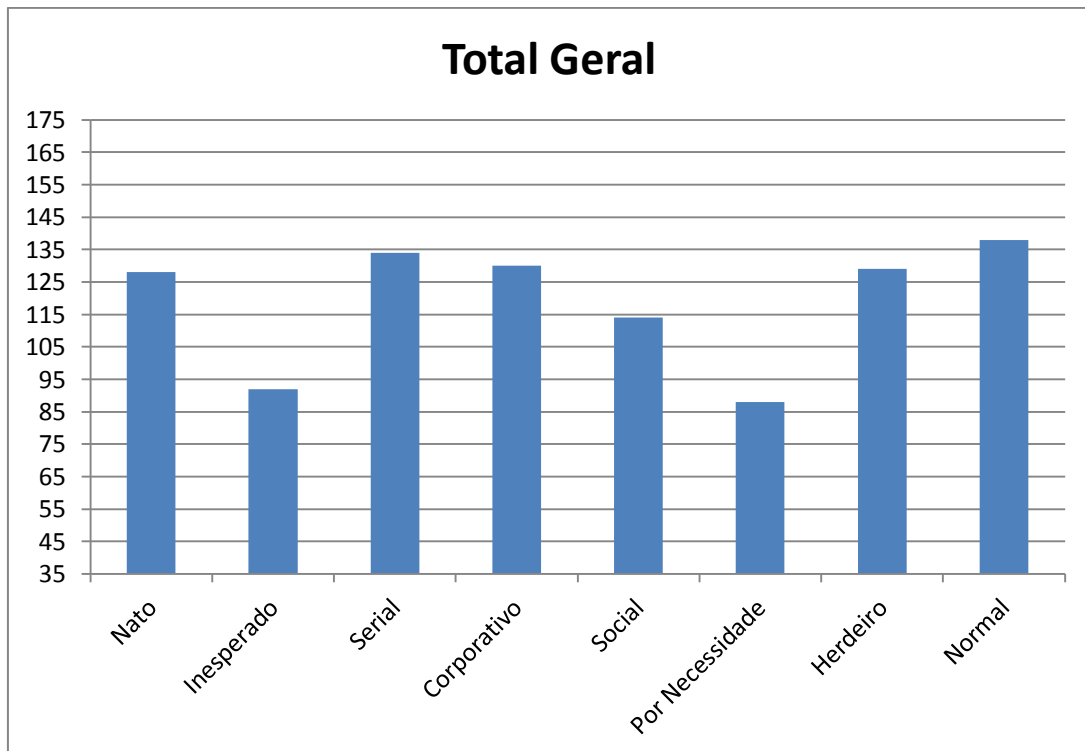
**Gráfico 9:** Perfil empreendedor (Empreendedor 7).

**Fonte:** Elaborado pelo autor.

O empreendedor 7 destaca-se pelas altas pontuações em diferentes perfis, como percebe-se no gráfico 9. Em destaque, com 24 pontos, se encontra o perfil herdeiro e o perfil normal, que segundo Dornelas (2005) é o tipo de empresário que sabe empreender conforme o manual, dando atenção ao planejamento e buscando alcançar os objetivos estabelecidos reduzindo os riscos. O empresário registrou ainda 23 pontos no perfil serial, 21 no perfil corporativo, 17 no perfil nato, 15 no perfil social, 10 no perfil empreendedor por necessidade e 9 no perfil inesperado.

O gráfico a seguir (gráfico 10) demonstra a soma da pontuação de todos os empreendedores em relação aos perfis empreendedores, fornecendo assim um *ranking* sobre os perfis dentro do grupo de sujeitos entrevistados para essa pesquisa.





**Gráfico 10:** Somatório da pontuação dos empreendedores referente a cada perfil empreendedor.

**Fonte:** Elaborado pelo autor.

Analisando a predominância dos perfis empreendedores dentro da categoria como um todo para que se possa alcançar o objetivo principal desejado com este trabalho de pesquisa, é notável que por meio do *ranking* propiciado pelo gráfico total geral (gráfico 10) a ordem obtida será: perfil normal, perfil serial, perfil corporativo, perfil herdeiro, perfil nato, perfil social, perfil inesperado, perfil empreendedor por necessidade.

Todavia, é importante perceber que as maiores pontuações obtidas no gráfico 10 permite entender quais são os perfis mais presentes na categoria como um todo, porém não mostra qual dos perfis apareceu mais vezes como sendo o predominante nos questionários de cada empreendedor. Assim, através dos gráficos individuais de cada empreendedor, percebe-se que o perfil herdeiro aparece como o líder sozinho no questionário de dois entrevistados e ainda mais duas vezes como líder juntamente com algum outro perfil. O perfil nato aparece como líder único também no questionário de dois empreendedores, o perfil corporativo somente uma vez como líder isolado, e os perfis normal e serial, o primeiro e segundo colocados, respectivamente, no somatório geral de pontuações, aparecem como perfil predominante em apenas um questionário cada, sendo que ambos estão acompanhados do perfil herdeiro na pontuação nestes questionários.

Analisando os gráficos obtidos através das respostas dos empreendedores é possível identificar, não somente os perfis com maior pontuação, mas também os fatores de congruência entre os entrevistados, facilitando também a visibilidade das correlações existentes entre as afirmações dos empreendedores.

A primeira correlação que é possível observar se dá entre o perfil nato e o perfil serial. Quando se compara as respostas dos mesmos empreendedores em relação a esses dois perfis, nota-se uma semelhança bastante representativa entre as pontuações registradas, observando-se que dois entrevistados somaram a mesma pontuação nos dois perfis e outros três registraram apenas um ponto de diferença entre um perfil e outro. Assim é possível concluir que os empreendedores que, segundo Dornelas (2005), normalmente possuem uma história de superação e que costumam ser visionários, possuem também a característica de serem apaixonados pelo universo empreendedor e não se contentam em empreender em um setor específico, definição do perfil serial descrita por Dornelas (2005).

Outra correlação bastante significativa que se pode notar acontece entre o perfil herdeiro e o perfil normal, chamado também de perfil planejado. Comparadas as respostas dos entrevistados em relação aos dois perfis, percebe-se também um registro de pontuação similar, notando-se que dois entrevistados somaram a mesma pontuação nos dois perfis e outros três entrevistados registraram, respectivamente, apenas um, dois e quatro pontos de diferença entre um perfil e outro. Outro dado importante dentro da relação entre esses dois perfis é o de que todas as vezes que um empreendedor somou mais de 20 pontos em um dos perfis, a pontuação referente ao outro perfil também superou essa marca. Através desse dado a pesquisa nos mostra que aqueles empreendedores que, segundo Dornelas (2005), estão de alguma forma, ligados aos negócios da família possuem a característica de serem também profissionais planejados, que buscam minimizar os riscos e empreender conforme manda a teoria, sendo essa a descrição de Dornelas (2005) para o perfil empreendedor planejado.

Observando as respostas dos quatro empreendedores que compõem o grupo de faixa etária mais baixa, nota-se uma alta pontuação relacionada aos perfis herdeiro, normal e serial, nessa ordem de prioridade, todos eles somando uma pontuação superior a 20 em cada um dos três perfis em um máximo de 25.

Dentre os entrevistados pertencentes ao grupo de maior faixa etária, referente a 55 até 67 anos, é possível visualizar que dois dos três empreendedores

obtiveram sua maior pontuação nas afirmações relacionadas ao perfil do empreendedor nato, aquele empreendedor visionário, segundo Dornelas (2005), que costuma ter uma interessante história de superação para o alcance do sucesso profissional. Todavia, é interessante notar que as pontuações adquiridas pelo grupo de faixa etária menor são maiores em quase todos os perfis se comparado com a faixa etária maior, o que mostra um grupo com uma maior diversidade de perfis presentes em sua forma de trabalhar do que outro.

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Para solucionar o problema colocado para este estudo, foi necessário conceituar empreendedorismo, mercado de luxo e perfil empreendedor segundo os tipos de empreendedores descritos por Dornelas (2005), assim como trazer a teoria publicada a respeito destes conceitos e os dados a respeito dos empresários brasileiros que não possuem graduação completa, a fim de então poder alcançar os objetivos específicos relatados, expondo o grau de identificação dos empreendedores do mercado de luxo que não possuem ensino superior com cada tipo empreendedor descrito; identificando as correlações existentes entre os perfis; e realizando o cruzamento de dados obtidos através dos questionários aplicados para identificar o perfil empreendedor predominante na categoria em questão neste estudo. Atingindo cada um dos objetivos propostos foi possível responder ao tema deste artigo, verificando uma predominância do perfil chamado de normal ou planejado, porém, é necessário registrar que as pontuações obtidas mostram outros quatro perfis muito próximos, sendo eles o perfil serial, corporativo, herdeiro e nato, nessa ordem de prioridade.

Conclui-se dessa forma, que apesar da possibilidade do registro do perfil empreendedor normal como o perfil predominante dentro da amostra utilizada para essa pesquisa, há uma variação grande dos perfis empreendedores nessa categoria. Além disso, através da forte correlação existente entre o perfil herdeiro e o perfil normal, é possível verificar que o fato de um empreendedor crescer em um constante aprendizado junto aos negócios da família pode estar intimamente ligado ao fato deste mesmo empreendedor ter boas noções de planejamento no trabalho e da busca constante pela minimização dos riscos. Com a mesma linha de

pensamento, analisando a forte correlação existe entre o perfil nato e o perfil serial, pode-se também aferir que uma história de superação na vida profissional, assim como a capacidade de olhar a frente do tempo presente, está fortemente relacionada com a paixão pelo universo empreendedor e com a constante busca de atingir patamares mais elevados à sua empresa ou à sua carreira profissional como um todo. Outro fato a ser relatado é o que mostra, segundo o GEM (2014), que a porcentagem de empresários iniciais é maior que a de empresários estabelecidos nos três níveis mais baixos de escolaridade, só sendo maior a porcentagem dos empresários estabelecidos quando se trata de escolaridade maior ou igual a graduação completa.

Em relação às limitações diagnosticadas nesta pesquisa, verifica-se que por se tratar de um tema e de uma população desconhecida e muito específica, tornou-se penoso encontrar uma amostra significativa para melhor atender à realidade. Assim como se houvesse uma maior disponibilidade entre os empreendedores contatados para resposta dos questionários aplicados, maior seria o grau de efetividade dos resultados.

Como agenda futura, sugere-se a aplicação do questionário em uma maior quantidade de estados do Brasil, para que assim possa se alcançar um resultado mais efetivo em termos de nação. Recomenda-se ainda a realização de uma pesquisa exclusiva sobre a correlação entre os oito tipos de empreendedor descritos por Dornelas (2005), para que se entenda a intensidade existente na correlação entre os perfis citados. Por fim, recomenda-se que seja feita a mesma pesquisa de forma individual nos setores específicos do mercado de luxo, buscando analisar qual o perfil existente em setores como os de joalheria ou veículos de luxo, por exemplo.

## REFERÊNCIAS

- ALLÉRÈS, Danielle. **Luxo... Estratégias Marketing**. São Paulo. FGV Editora, 2000.
- BESSANT, J.; TIDD, J. **Inovação e Empreendedorismo**. Bookman, 2007.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor**. Barueri. Manole, 2012.
- COSTA, Alessandra Mello da; BARROS, Denise Franca; CARVALHO, José Luis Felício. A Dimensão Histórica dos Discursos acerca do Empreendedor e do Empreendedorismo. **RAC**, v.15, n.2, p. 179-197, mar./abr. 2011. Disponível em:<<http://www.scielo.br/pdf/rac/v15n2/v15n2a02.pdf>> Acesso em 17 de agosto de 2015.
- DINIZ, Claudio. **O mercado de luxo no Brasil: tendências e oportunidades**. São Paulo. Seoman, 2012.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro. Elsevier, 2008.
- DORNELAS, José Carlos de Assis. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. Rio de Janeiro. Editora Campus, 2005.
- GEM. **Relatório Executivo do Global Entrepreneurship Monitor. 2014**. Disponível em:<[http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014\\_rel%C3%B3rio%20executivo.pdf](http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014_rel%C3%B3rio%20executivo.pdf)> Acesso em 10 de agosto de 2015.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.
- HISRIC, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. Porto Alegre. Bookman, 2014.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa**. São Paulo. Editora Atlas, 2007.
- RODRIGUES, William Costa. Metodologia Científica. FAETEC/IST, 2007. Disponível em:<[http://pesquisaemeducacaoufrgs.pbworks.com/w/file/64878127/William%20Costa%20Rodrigues\\_metodologia\\_cientifica.pdf](http://pesquisaemeducacaoufrgs.pbworks.com/w/file/64878127/William%20Costa%20Rodrigues_metodologia_cientifica.pdf)> Acesso em 26 de agosto de 2015.
- SCHWERINER, Mário René. “Você se dá ao luxo de...?”, **Revista da ESPM**, Volume 12, Janeiro/Fevereiro 2005.